

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНТЕКСТНОЙ МОДЕЛИ В ДИСКУРСЕ ДЕТСКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

А. Л. Каширина

(Учреждение образования «Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова»,
кафедра романо-германской филологии)

Статья посвящена рассмотрению вербализации контекстной модели детской религиозной прессы на материале англоязычных печатных источников. Статья освещает результаты анализа социокогнитивного плана моделей, где основное внимание уделяется заголовкам детских религиозных текстов СМИ.

Контекстные модели – грань осуществляющихся коммуникативных ситуаций – играют важную роль в устройстве знаний, которые постоянно определяют то, что получатели знаний (вероятно) уже имеют: общее основание [1, с. 7].

В настоящем анализе наша задача – сосредоточиться на заголовках статей, так как они являются макропропозициями, где осуществляется как ментальная (семантическая ситуационная) модель, так и контекстная (прагматическая) модель – учет социально значимых факторов, старого знания реципиен-

тов [1; 2]. Данные для фактического материала заимствованы из детского американского религиозного журнала «God's Big WORLD».

Л. З. Кулова указывает, что религиозный дискурс в СМИ «приобретает свои специфические особенности (разговорный стиль общения, манипулятивность речи, мифологизация сознания)», следовательно, есть возможность стать участниками такого общения [3, с. 97]. Он нацелен «вызвать у адресата эмоциональное переживание единения, чувство причастности к тому, во что он верит» [3, с. 96].

Проанализируем первый пример: THE HORSES NEED HELP 'Лошадям нужна помощь'. Данный заголовок характеризуется средней гранулярностью: агенс и пациент описаны достаточно эксплицитно: агенсом (инициатором события) является адресат (читатель), пациентом (пассивным участником ситуации), вербализованным существительным «помощь», является непосредственно предполагаемая помощь, экспериенсером (участником, на которого событие производит определенный эффект) – лошади, выраженным, соответственно, существительным «лошади» [4]. Следовательно, контекстуально новой становится информация о том, в чем заключается проблема и какого рода помощь нужна лошадям.

Текст статьи отличается лаконичностью, информативностью. Автор сообщения начинает его с сопоставления города Марракеш «до» (тема) и «после» (рема) пандемии: *Work horses pull carriages through the busy streets of Marrakech, Morocco. They give tourists rides. Now the carriages are empty. No one visits Marrakech. The pandemic keeps people home* 'Конные упряжки везут кареты по оживленным улицам Марракеша в Марокко. Катают туристов. Сейчас кареты пусты. Никто не посещает Марракеш. Пандемия держит людей дома'. Ситуация описана с перспективы включенных наблюдателей (реципиентов). Достаточно высокий уровень эвиденциальности достигается путем приложения к тексту статьи фотографий и подписей к ним, цель которых – вызвать у адресата ощущение надежности способа получения знания. Настоящее время глаголов подписей и сами фотографии помогают создать впечатление непосредственности происходящего. Так читатели могут установить, что им сообщается информация о влиянии пандемии на туризм в городе. Вышеупомянутый фрагмент не содержит высокоуровневых дескрипций.

Дальнейший материал конкретизирует заголовок и указывает на решение проблемы: *Carriage owners can't make money. They need help caring for the horses. People try to help. They deliver food to the hard-working animals* 'Владельцы карет не могут зарабатывать деньги. Им нужна помощь в уходе за лошадьми. Люди пытаются помочь. Они доставляют еду трудящимся животным'. Аудитория понимает, что может оказать помощь таким же способом. Затем адресант приходит к заключению, что «Бог заботится о каждой лошади в Марокко» и подкрепляет их цитатой из Евангелия (непререкаемый авторитет в религиозном дискурсе).

Рассмотрим еще один пример: THAT IS A HUGE CLAM! 'Это огромный моллюск!'. Представленный заголовок конкретен, но содержащейся в нем информации недостаточно, чтобы выявить интенцию автора. Пациент (существительное «моллюск») обозначает участника ситуации, который находится в данном состоянии (прилагательное «огромный»). Автор будто абстрагируется от агенса, фокусируясь на качестве пациента. Следовательно, заголовок отличается относительно грубой гранулярностью, высоким уровнем обобщенной дескрипции некоего события.

Уровень дескрипции понижается (конкретизируется) при последующем прочтении материала. Раскрытие агенса происходит в лид-абзаце статьи: *Cooper is a kid. He found a big clam in the ocean. Wow! Look at that clam! It has a hard shell. It is the biggest clam ever found in Rhode Island* 'Купер – ребенок. Он нашел в океане большого моллюска. Вот это да! Посмотри на этого моллюска! У него твердая оболочка. Это самый большой моллюск, когда-либо найденный на Род-Айленде'. Реципиент понимает, что «главным героем» здесь является Купер (агенс), нашедший самый большой моллюск (пациент).

Затем следуют сведения, точно так же описывающие событие с перспективы включенных наблюдателей без доступа к их мыслям и интенциям. Сообщается контекстуально новая информация о моллюсках и о действиях ребенка. Внимание читателя фокусируется на фразе *Clams usually don't grow so big! Cooper knew that* 'Моллюски обычно не такие большие! Купер знал это'. Можно предположить, что автор статьи полагает, что читатель на момент прочтения тоже это знает. Представленная пресуппозиция обнаружена и интерпретирована таким образом, так как о них «сигнализируют особые грамматические структуры, так называемые «триггеры» пресуппозиций», а именно глагол «знать» в форме прошедшего времени [1, с. 16]. В заключении адресат узнает: участник ситуации передал моллюска Исследовательскому центру морских исследований Род-Айленда. Автор делает заключение в виде цитаты из Евангелия.

Таким образом, можно заключить, что в статьях прослеживается четкая тематическая связь заголовка и последующих абзацев. Заголовкам характерен средний уровень грануляции, с непостоянным указанием на агенса. Синтаксически простые предложения и их последовательная связь выражает по-

следовательное развитие действия. В каждом новом высказывании указана и известная читателю информация, и контекстуально новая. Следует отметить роль лид-абзацев, выполняющих роль подводки, необходимой, чтобы вести за нитью повествования. Характерной особенностью таких подзаголовков в анализируемых статьях является незатянутость, четкость формулировок и детальность. Немало важна роль фотографий с подписями. Настоящее время глаголов подписей и сами фотографии помогают создать впечатление непосредственности происходящего. Необходимо подчеркнуть нерелигиозный характер статей как таковых. Акцент на религии делается лишь в заключении. Цитаты из Евангелия в конце статей не только выполняют дидактическую функцию, но и реализуют интенцию автора, повышает уровень эвиденциальности.

Литература

1. Dijk, Teun A. van. Sociocognitive discourse studies / T. A. van Dijk // Handbook of discourse analysis. – New York : Routledge, 2016 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.discourses.org/OldArticles/-Sociocognitive%20Discourse%20Studies.pdf>. – Date of access: 26.01.2021.
2. Шевцова, А. К. Социокогнитивный план вербализации русскоязычного публицистического дискурса / А. К. Шевцова // Современный дискурс-анализ ; гл. ред. Е. А. Кожемякин. – № 3(24). – 2019. – С. 38–44.
3. Кулова, Л. З. Особенности религиозного дискурса в масс-медиа / Л. З. Кулова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2014. – № 9. – С. 96–98.
4. Шевцова, А. К. Теоретические основания социокогнитивного исследования медийного дискурса / А. К. Шевцова // Восточнославянские языки и литературы в европейском контексте – VI : сборник науч. статей / под ред. Е. Е. Иванова. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2020. – С. 32–36.